



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

FRANQUÍCIAS EN AEROPUERTOS.

REALIZADO POR:

LUIS FLAVIO DA SILVA FERREIRA

DIRIGIDO POR:

LAURA MONICHE BERMEJO.

Vº Bueno del Tutor

Fdo.:

MÁLAGA, JULIO 2017

“Pero yo te digo que cualquier oficio se vuelve filosofía, se vuelve arte, poesía, invención, cuando el trabajador da a él su vida, cuando no permite que ésta se parta en dos mitades: la una, para el ideal, la otra para el menester cotidiano; sino que convierte cotidiano menester e ideal en una misma cosa, que es, a la vez, obligación y libertad, rutina estricta e inspiración constantemente renovada”.

(Eugenio D’ Ors)

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	6
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.	8
1.1. ESTRUCTURA.	9
CAPÍTULO 2. CONTEXTO GLOBAL DE LA FRANQUICIAS.....	10
2.1. ORIGEN Y ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	10
2.1.1. <i>Origen de la franquicia moderna.</i>	<i>10</i>
2.2. MARCO CONCEPTUAL.	11
2.3. MARCO LEGAL.....	12
2.3.1. <i>Normativa Española.....</i>	<i>12</i>
2.3.2. <i>Normativa Europea.....</i>	<i>12</i>
2.3.3. <i>Competencia.</i>	<i>12</i>
2.3.4. <i>Comercio minorista.....</i>	<i>13</i>
2.3.5. <i>Protección de datos.....</i>	<i>13</i>
2.3.6. <i>Patentes y marcas.....</i>	<i>13</i>
2.3.7. <i>Propiedad intelectual.</i>	<i>13</i>
CAPÍTULO 3. LAS FRANQUICIAS EN ESPAÑA.....	14
3.1. NÚMERO DE ENSEÑAS OPERATIVAS EN ESPAÑA.	14
3.1.1. <i>Marcas líderes en Franquicias en el mercado español.....</i>	<i>15</i>
CAPÍTULO 4. ASPECTOS FINANCIEROS.	16
4.1. COSTE DE UN NAVE CON OFICINA EN LOS PRINCIPALES AEROPUERTOS ESPAÑOLES.	16
4.1.1. <i>Ingresos comerciales en los aeropuertos españoles.</i>	<i>17</i>
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	20
5.1. ¿POR QUÉ VIENEN TURISTAS A ESPAÑA?	20
5.1.1. <i>El clima.....</i>	<i>20</i>
5.1.2. <i>Los precios.....</i>	<i>20</i>
5.1.3. <i>Estabilidad política.....</i>	<i>20</i>
5.1.4. <i>Patrimonio artístico y cultural.....</i>	<i>20</i>
5.2. SEGMENTOS TURÍSTICOS IMPORTANTES.	25
5.2.1. <i>Japón.....</i>	<i>25</i>
5.2.2. <i>Rusia.</i>	<i>26</i>
CAPÍTULO 6. PROPUESTA DE FRANQUICIAS PARA LOS AEROPUERTOS.....	27
6.1. FRANQUICIAS PROPUESTAS.	27
6.1.1. <i>Franquicia BEHER.....</i>	<i>27</i>
6.1.2. <i>Franquicia Cervecerías 100 Montaditos.....</i>	<i>28</i>
6.1.3. <i>Franquicia PadThaiWok.</i>	<i>29</i>
6.1.4. <i>Franquicia GINOS.....</i>	<i>30</i>
6.1.5. <i>Franquicia Burger Joint.</i>	<i>31</i>
CONCLUSIONES.	32
BIBLIOGRAFÍA	34

ÍNDICE DE TABLAS

<i>TABLA 3.2. MARCAS LÍDERES EN FRANQUICIAS EN EL MERCADO ESPAÑOL.</i>	<i>15</i>
<i>TABLA 4.1. COSTE DE UN NAVE CON OFICINA EN LOS PRINCIPALES AEROPUERTOS ESPAÑOLES.</i>	<i>16</i>
<i>TABLA 4.2. INGRESOS COMERCIALES EN LOS AEROPUERTOS ESPAÑOLES 2011 – 2014.</i>	<i>18</i>
<i>TABLA 5.1. FLUJO DE PASAJEROS EN LOS AEROPUERTOS ESPAÑOLES ENTRE LOS AÑOS 04-16.</i>	<i>21</i>
<i>TABLA 6.1. DATOS DE LA EMPRESA BEHER.</i>	<i>27</i>
<i>TABLA 6.2. DATOS DE LA EMPRESA 100 MONTADITOS.</i>	<i>28</i>
<i>TABLA 6.3. DATOS DE LA EMPRESA.</i>	<i>29</i>
<i>TABLA 6.4. DATOS DE LA EMPRESA.</i>	<i>30</i>
<i>TABLA 6.5. DATOS DE LA EMPRESA.</i>	<i>31</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1. NÚMERO DE ENSEÑAS EN ESPAÑA.	14
GRÁFICO 4.1. INGRESOS COMERCIALES Y AERONÁUTICOS EN MILLONES DE EUROS 2014 Y 2015. 19	
GRÁFICO 5.1. ENTRADAS DE TURISTAS PROCEDENTES DE JAPÓN 2001-2014.	25
GRÁFICO 5.2. LLEGADAS DE TURISTAS PROCEDENTES DE RUSIA.	26

Título: Franquicias en Aeropuertos.

PALABRAS CLAVES: Franquicias, Franquiciador, Franquiciado, Aeropuerto, Canon de entrada, Royalties, Know-how.

RESUMEN

El objetivo del trabajo que se presenta a continuación es el estudio de las franquicias en el entorno aeroportuario. Para ello se ha realizado una investigación de los factores que influyen directamente en el aumento del flujo de pasajeros y su relación con los ingresos comerciales. Tras el análisis se han identificado los nichos de mercado más interesantes de explorar para los aeropuertos españoles. Los factores analizados sirven para la toma de decisión de las empresas y también resaltar la importancia del modelo de franquicias para la sociedad actual.

Title: Airport Franchises.

Keywords: Franchises, Franchisor, Franchised, Airport, Initial Franchise Fee, Royalties, Know-how.

ABSTRACT

The purpose of the following essay being presented today is to study franchises in an airport environment. For this, research was carried out on the factors that directly influence the increase in passenger-flow and its connection with commercial revenue. Following the analysis, interesting niches in the market have been identified and that can be explored for Spanish airports. The factors analyzed serve to facilitate the decision-making process by companies and to highlight the importance of the franchise model in today's society.

Capítulo 1. Introducción.

La sociedad actual está marcada por la revolución viajera. La globalización y los nuevos hábitos tecnológicos han puesto de moda un sector que solía estar ligado a las personas más pudientes. Viajar se ha convertido en una necesidad para la vida del ser humano. Las personas cruzan océanos como nunca antes lo habían hecho, y ese fenómeno afecta directamente a la economía de grandes países como España, donde una parte importante de la población está empleada en la industria turística.

A raíz de esto, los espacios aéreos se convirtieron en una importante fuente de ingresos, tanto comerciales como aeronáuticos, y eso se justifica por el elevado número de viajeros que utilizan cada vez más los medios de transporte aéreo. Además, las terminales aeroportuarias han sufrido una significativa transformación arquitectónica y estructural lo que ha creado la necesidad de establecer una oferta de calidad y acorde a la nueva tipología de pasajero del panorama actual.

Por lo tanto, el presente trabajo tiene como objetivo principal el estudio de la evolución e importancia de las franquicias en aeropuertos. En primer lugar, se identifica el origen de las franquicias, posteriormente se definen conceptos mediante el marco conceptual, luego se analiza la naturaleza jurídica y los aspectos financieros, tales como, los costes e ingresos que se generan en las divisiones comerciales. Además, se ha analizado la demanda en los aeropuertos españoles para identificar las zonas aéreas más estables en número de pasajeros.

Metodología.

La Metodología empleada para el desarrollo de este trabajo consiste en la utilización de métodos cualitativos y cuantitativos, también se ha recopilado datos de AENA del número de pasajeros de los últimos doce años. Se ha acudido a distintas fuentes bibliográficas como libros, artículos de prensa, internet y publicaciones científicas. Además, se ha elaborado manualmente una serie de tablas y gráficos con el sentido de ilustrar mejor la información, y para ello se ha utilizado fuentes estadísticas oficiales.

1.1. Estructura.

Al objeto de alcanzar a los objetivos planteados en el presente estudio, el trabajo está estructurado en seis capítulos que serán desarrollados posteriormente a esta sección introductoria. El primer capítulo está dedicado a una breve introducción del trabajo donde se establece las herramientas utilizadas en la obtención de la información y también la justificación de la presente investigación.

En el segundo capítulo se hace un recorrido por la historia de las Franquicias, se explica el origen de la palabra sus antecedentes, así como el marco conceptual y legal de dicho modelo de negocio. En el tercer capítulo se presentan las marcas líderes en franquicias en el mercado español y también la evolución del comportamiento del número de enseñas en España. En el capítulo siguiente se desarrollan los aspectos financieros más relevantes como los costes de alquiler en los aeropuertos, y los ingresos comerciales obtenidos en los últimos años en los centros aéreos más importantes de España.

En el quinto se hace un análisis exhaustivo del flujo de pasajeros en las terminales españolas presentando datos físicos del número de viajeros en los aeropuertos españoles de los últimos doce años. De la muestra se comenta dos de los segmentos más importantes para el turismo español que son Japón y Rusia. La razón por la que se analizan esos dos países es debido a su elevado gasto medio por turista en España. En el sexto capítulo se formulan una serie propuestas de franquicias para los aeropuertos. En la elección se ha tenido en cuenta diversos factores, entre ellos potenciar productos nacionales, los gustos de la demanda y la cultura tanto de España como de los países que más turistas envían a los destinos españoles.

Para finalizar, en la última sección se incluyen las conclusiones y los resultados más relevantes obtenidos en este estudio. Se exponen también las principales limitaciones de este trabajo y tópicos que no han sido posible su desarrollo por temas de dimensión de la investigación, y se quedará para futuros estudios.

Capítulo 2. Contexto Global de la Franquicias.

2.1. Origen y antecedentes históricos.

Según diversos autores la palabra Franquicia tiene su origen en la edad media cuando la nobleza concedía unos derechos a algunos súbditos para explotar determinadas actividades de la zona como la caza y la pesca. El documento que otorgaba dichos privilegios se denominaba Cartas Francas, con ellas se desarrollaban múltiples actividades económicas y también la recolecta de impuestos por los señores de tierras. Estas autorizaciones o privilegios se designaban utilizando la terminología “franc” (Morejón Grillo, 2017).

2.1.1. Origen de la franquicia moderna.

En la literatura podemos encontrar inúmeras teorías sobre la coyuntura histórica y la ubicación geográfica del surgimiento de la franquicia tal y como hoy la conocemos, es decir, como una forma de expansión de las empresas. Algunos investigadores (Bermúdez, 2002) consideran que fue en 1912, en la ciudad de Nueva York, cuando nace la franquicia moderna en la Singer Corporation, que estableció un nuevo sistema de distribución basado en la integración parcial de diferentes empresarios independientes para su punto de venta en una entidad económica de apariencia única a cambio de una remuneración, sin embargo, no comenzó a utilizarse bajo esa denominación hasta 1925.

Sin embargo, otros autores como Morejón, (2017) consideran que fue en la década de los veinte cuando las grandes corporaciones de Estados Unidos empezaron a desarrollar estructuras de franquicias, siendo su gran exponente la General Motors (Detroit) en 1929, aunque más tarde se expande a otros sectores de la economía al finalizar la segunda guerra mundial.

2.2. Marco Conceptual.

Este epígrafe está dedicado definición de los términos que se utilizan en el ámbito de las franquicias. Aunque dicho modelo de negocio se aplique a muchos sectores de la economía, los términos que definen el sistema es el mismo.

De acuerdo con Aldave, (2005) franquicia en su sentido más llano, es una licencia del propietario de una marca o un nombre comercial, mediante la cual permite que otro venda un producto o servicio bajo ese nombre o marca. En un sentido más amplio, la franquicia se ha convertido en un contrato elaborado al amparo del cual la persona a favor de quien se otorga se compromete a manejar un negocio o vender un producto con apego a los métodos y procedimientos que establezca el otorgante.

Por su parte, Martín, (2009) sostiene que la franquicia es un modo de cooperación entre empresas por la cual una de ellas el franquiciador cede a otra el franquiciado el derecho a la comercialización de determinados productos y/o servicios, a cambio de unas compensaciones económicas. Es decir, a cambio de un pago inicial y de un canon sobre las ventas, el franquiciador ofrece al franquiciado la explotación de una marca, conocimientos técnicos, formación del personal, sistemas de dirección, promoción, etc.

En el contexto de las Franquicias para hacer parte de la red de negocios es necesario el pago de una cuantía que se denomina Canon de Entrada. Tal como afirma Gallo, (2014) se trata de un ingreso, que consiste en el derecho de matrícula del franquiciado y que tiene que pagar éste para ser incorporado a la franquicia; el pago de esta contra- prestación usualmente genera que se cubran los costos de formación del franquiciado. Este Canon es la justificación del uso de unas técnicas de trabajo conocidas como Know How.

2.3. Marco legal.

En este capítulo se dará a conocer la norma que regula el sistema de franquicias en el territorio español. Según Aldave, (2005) el contrato de franquicia es un contrato mercantil, oneroso, bilateral, formal, de trato sucesivo, que vincula ambas partes: Franquiciante y franquiciador, por lo tanto, se constituye como el documento con base legal, alrededor el cual gira la negociación y desarrollo de toda la relación entre el franquiciador y el franquiciante.

En la actualidad, en la legislación española no existe una reglamentación específica para el modelo de Franquicia, es decir, no hay una normativa concreta que regule a este sistema comercial. Por lo tanto, (Expertos en Franquicias, 2017) recomienda que para la regulación de dicho modelo se debe acudir a las siguientes normativas supletorias.

2.3.1. Normativa Española.

- Artículo 62 de la Ley 7/1996 sobre Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley sobre condiciones generales de la contratación.

2.3.2. Normativa Europea.

- Reglamento CE 201/2010 de 26 de febrero de la Comisión Europea, que regula el ejercicio de la actividad en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores.
- Legislación Franquicias (Reglamento (UE) N° 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010).
- Legislación Franquicias (Comisión Europea. Directrices relativas a las restricciones verticales (2010/C 130/01).

2.3.3. Competencia.

- Ley 15/2007 de 3 de julio de Defensa de la Competencia.
- Ley 3/91 de enero, sobre Competencia Desleal.

2.3.4. Comercio minorista.

- Ley 7/96 de Ordenación del Comercio Minorista.
- Real decreto 2485/1998, de 13 de noviembre por el que se desarrolla el artículo 62 de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores.

2.3.5. Protección de datos.

- Ley 34/2002 de 11 de Julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.
- Ley de protección de datos; Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Ley 46/2002, de 18 de diciembre de reforma parcial del Impuesto sobre La Renta de las personas Físicas y por la que se modifican las Leyes de los Impuestos sobre Sociedades y sobre la renta de no Residentes.

2.3.6. Patentes y marcas.

- Ley 11/86 de 20 de marzo de Patentes y LEY 32/88 de 18 de noviembre de Marcas.
- Real decreto 687/2002 que aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/01 de Marcas.
- Ley 17/2001 de Marcas.

2.3.7. Propiedad intelectual.

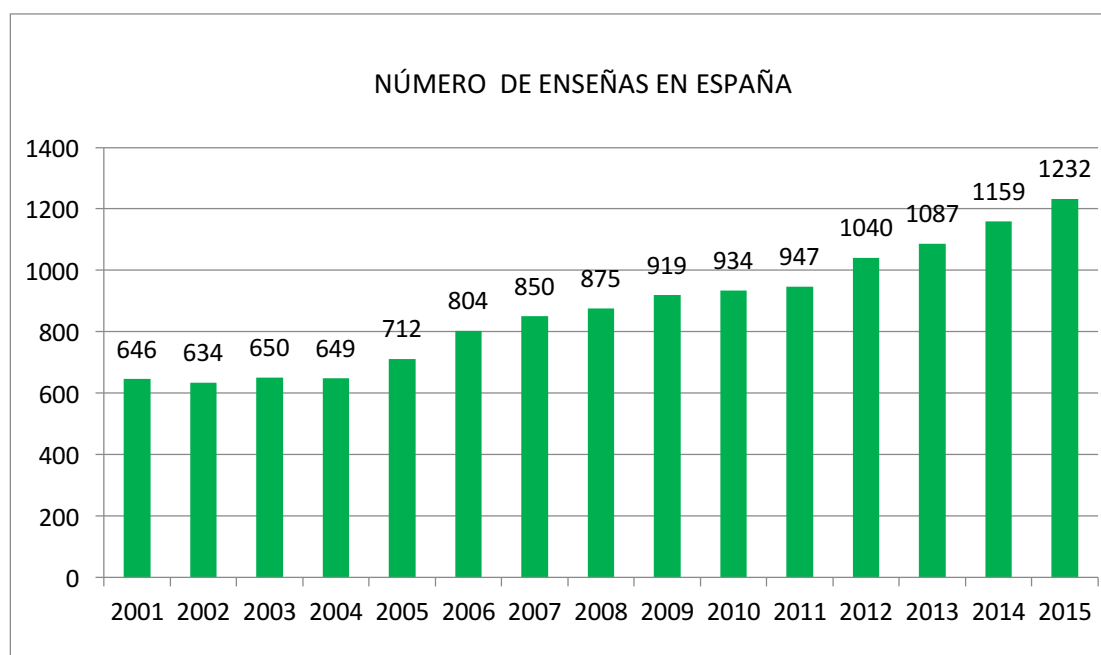
- Ley 22/1994, de 6 de Julio, de Responsabilidad Civil por los daños causados por los productos defectuosos.
- Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la venta de Bienes de Consumo.

Capítulo 3. Las Franquicias en España.

3.1. Número de enseñas operativas en España.

Este capítulo versa sobre el número de enseñas existentes en el mercado español. Según afirma (Agencia Española de Franquiciadores, 2017) en sus informes anuales, tal como se muestra en el gráfico 3.1 en el mercado español hay un total de 1232 Enseñas siendo 1014 de origen española y 218 de procedencia extranjera.

Gráfico 3.1. *Número de enseñas en España.*



Fuente: Elaboración propia (Basado en Asociación española de Franquiciadores, 2017)

Aunque la crisis de 2008 que atingió España ha dejado miles de personas en paro, se puede observar que el sistema de franquicias siguió aportando datos positivos de su crecimiento. Y no lo hace solamente en el campo laboral, sino en el aumento en el número de marcas, establecimientos y en ingresos por facturación.






1

Enseña: Es la marca distintiva de la red, a la que pertenecen todos os centros franquiciados adheridos.

3.1.1. Marcas líderes en Franquicias en el mercado español.

En el contexto del presente estudio se ha considerado conveniente identificar y cuantificar las franquicias que tienen mayor presencia en el territorio español. Se puede observar en la tabla que se muestra a continuación que las marcas líderes que operan en el mercado español son las de comida rápida y de origen internacional, estos datos nos revelan que nuestra demanda es mayoritariamente extranjera.

Tabla 3.2. Marcas líderes en Franquicias en el mercado español.

	Valor de marca	Unidades cadena	Año de inicio	Reputación de empresa	Presencia exterior
	Alto	497	1981	Buena	Amplia
	Alto	650	1975	Buena	Amplia
	Medio	210	1971	Regular	Escasa
	Medio	234	1988	Regular	Media
	Alto	385	2004	Regular	Media

Fuente: Elaboración propia (Basado en Tormo Franquicias, 2017)

Capítulo 4. Aspectos Financieros.

4.1. Coste de un Nave con oficina en los principales aeropuertos españoles.

A continuación, se expondrá los costes de una nave en los principales aeropuertos españoles. El dato que más llama la atención es que los costes más elevados corresponden a los aeropuertos de sol y playa, que consecuentemente son los que tienen mayor número de entradas. Se puede concluir que los costes y el número de pasajeros tiene una relación positiva, es decir, mayor número de pasajeros mayores costes.

Tabla 4.1. Coste de un Nave con oficina en los principales aeropuertos españoles.

NAVE CON OFICINA EN PRIMERA LÍNEA						
AEROPUERTO	Superficie edificada (€ / m ² / mes)				Superficie edificada área maniobra(€ / m ² / mes)	
	<1000 m ²	1.000 - 5.000 m ²	5.000 - 10.000 m ²	> 10.000 m ²	Máxima	Minima
A. S. Madrid - Barajas	13,8655	13,0226	12,2034	11,6217	2,0298	1,6501
Barcelona - El Prat	12,6345	11,8235	11,0044	10,4703	1,6857	1,3057
Palma de Mallorca	12,51	11,7594	10,995	10,4453	1,0975	1,0975
Alicante - Elche	12,1102	11,3835	10,6436	10,1114	1,0975	1,0975
Ibiza	12,31	11,5714	10,8193	10,2783	1,0975	1,0975
Málaga - Costa del Sol	12,1102	11,3835	10,6436	10,1114	1,0975	1,0975
Menorca	12,31	11,5714	10,8193	10,2783	0,7017	0,7017
Sevilla	12,1102	11,3835	10,6436	10,1114	0,7017	0,7017
Valencia	8,2028	8,2028	8,2028	8,2028	1,2109	1,021
Almería	7,893	7,4194	6,9372	6,5903	0,7017	0,7017
Santiago	8,1179	7,6308	7,1348	6,7781	0,7017	0,7017
Zaragoza (*)	6,1862	6,1862	6,1862	6,1862	1,2516	1,0725
Vitoria	6,9819	6,563	6,1364	5,8296	0,7017	0,7017
Fuerteventura	12,31	11,5714	10,8193	10,2783	0,7017	0,7017
Gran Canaria	12,51	11,7594	10,995	10,4453	1,0975	1,0975
Lanzarote	12,31	11,5714	10,8193	10,2783	1,0975	1,0975
Tenerife Norte	12,51	11,7594	10,995	10,4453	1,0975	1,0975
Tenerife Sur	12,51	11,7594	10,995	10,4453	1,0975	1,0975

Fuente: Elaboración propia (Basado en AENA, 2016)

Señala el gestor aeroportuario (AENA, 2016a) se entenderá por nave con oficinas aquella edificación, exenta o adosada, ubicada en un terreno aeroportuario, de carácter logístico, destinada a utilizarse en actividades relacionadas con el manejo de mercancías o carga, dotada de las instalaciones auxiliares, accesos, áreas de maniobra, y ciertas características constructivas (muelles, puertas, alturas,), acometidas e instalaciones necesarias para el uso a que está. Y que las naves con oficinas conceptuadas como tales no podrán arrendarse por partes.

La renta del uso de las naves en los aeropuertos españoles se calculará multiplicando las cuantías de superficie edificada por la superficie edificada más las de superficie de áreas de maniobra por las superficies de las áreas de maniobra de uso exclusivo, anexas a la nave y que no pueden ser utilizadas de forma independiente a la misma, conforme afirma AENA, (2016b). Es decir, las ubicaciones de las naves en las zonas aeroportuarias van a condicionar el precio, donde hay mayor flujo de pasajeros los precios de los alquileres serán más elevados,

Otro elemento que influye en la renta es la cercanía a las aeronaves. Las naves con oficinas en los aeropuertos que tienen acceso a la plataforma de los vuelos tienen un precio, sin embargo, las que no están en primera línea, pero tienen las mismas dimensiones su precio se verá reducido en un treinta por ciento menos de acuerdo a AENA, (2016c).

4.1.1. Ingresos comerciales en los aeropuertos españoles.

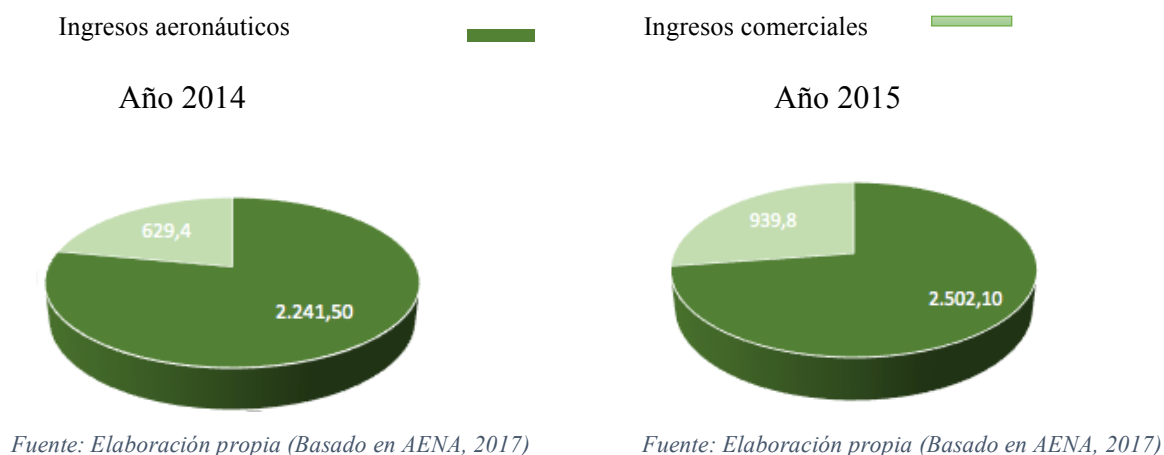
Los ingresos aeroportuarios han tenido un notorio incremento en los últimos años como podemos apreciar en la tabla que se expone a continuación. Este incremento está directamente relacionado con la constante y dinámica mejora del transporte aéreo mundial. Los primeros puestos en ingresos comerciales en el territorio español están ocupados por los aeropuertos de destinos vacacionales, debido que los pasajeros que están de vacaciones tienden a consumir más, porque pasan más tiempo en los aeropuertos.

Tabla 4.2. *Ingresos comerciales en los aeropuertos españoles 2011 – 2014.*

INGRESOS COMERCIALES EN LOS AEROPUERTOS (MILLONES DE EUR)				
AEROPUERTO	2011	2012	2013	2014
Madrid Barajas	166,97	186,97	179,12	211,38
Barcelona El Prat	124,92	139,8	148,04	170,31
Palma de Mallorca	48,04	54,33	62,37	69,28
Málaga Costa del Sol	45,85	51,15	53,5	61,24
Alicante	34,72	36,2	41,27	46,26
Tenerife Sur	28,52	30,21	32,27	34,29
Gran Canaria	28,2	30,48	31,92	35,86
Valencia	15,9	18,44	18,13	18,59
Lanzarote	13,59	13,68	14,15	17,57
Bilbao	13,31	14,5	13,69	14,13
Ibiza	12,65	13,66	14,98	17,77
Sevilla	13,03	11,68	11,82	13,85

Fuente: Elaboración propia (Basado en AENA,2016)

La tabla 4.2 recoge los doce aeropuertos con mayores ingresos comerciales entre los años 2011 – 2014. A excepción de Madrid y Sevilla todos los demás son de costa, demostrando el peso que tiene el turismo de sol y playa en la economía española. El gestor aeroportuario AENA logró un beneficio neto de 1.164 millones de euros en el ejercicio 2016, lo que supone un incremento del 39,7% respecto al año anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda) creció el 9,3%, hasta alcanzar 2.293,6 millones, mientras que los ingresos obtenidos ascendieron a 3.772,5 millones, el 7,2% más (EL PAÍS, 2017). Los aeropuertos que ocupan los dos primeros puestos Barajas y Barcelona son aeropuertos de gran envergadura y su alta capacidad de generar ingresos está directamente relacionada con el elevado número de pasajero que circulan por sus terminales.

Gráfico 4.1. *Ingresos comerciales y aeronáuticos en millones de euros 2014 y 2015.*

Llama la atención, casos aislados como el de Sevilla que es un destino importante y consolidado y ha tenido un decremento en sus ingresos comerciales en los años 2012 y 2013, presentando signos de estancamiento. Exceptuando Madrid y Barcelona, los aeropuertos que más ingresos comerciales obtienen son los aeropuertos de carácter turístico. Lo que confirma que la mayor parte de los pasajeros que acuden a España buscan el ocio.

Estos datos también reflejan una peculiaridad de España, el centro está vacío debido a las características geográficas y climáticas del interior de la península. La mayoría de las grandes ciudades se encuentran ubicadas en el litoral, lo que convierte a las ciudades de pie de playa en grandes centros receptores y emisores de turistas, y posteriormente mercados atractivos para las empresas.

Otro factor relevante que se ha demostrado con los datos analizados es que los aeropuertos que tienen más vuelos internacionales son los que generan mayores ingresos comerciales. Es decir, los pasajeros de vuelos de larga duración tienen una importante y destacable influencia en los ingresos, dado que las aeronaves de dichos vuelos tienen unas dimensiones distintas a las aeronaves de vuelos domésticos, son mayores y consecuentemente traen más pasajeros lo que incrementa el consumo en las zonas aeroportuarias.

Capítulo 5. Análisis de la demanda.

5.1. ¿Por qué vienen turistas a España?

En el presente capítulo, se analiza los flujos de pasajeros en los aeropuertos españoles y también se comentará los motivos por los cuales estos flujos acuden a nuestro país. La gran parte de los visitantes que disfrutan de sus vacaciones en el territorio español vienen atraídos por cuatro motivos principales que serán desarrollados a continuación.

5.1.1. El clima.

Más de la mitad de los turistas que visitan España, vienen atraídos por el clima. Actualmente el clima cálido de España se configura como el recurso más importante y el motor del turismo español. Además, hay zonas que se pueden visitar cualquier época del año como Málaga y Las Islas Canarias, amenizando la temporalidad que tanto afecta los destinos turísticos de sol y playa.

5.1.2. Los precios.

España tiene ventaja con otros países con relación a los precios. Si hacemos una comparativa con lo que cuestan los productos en España con lo que cuestan en países nórdicos o en el Reino Unido, se concluye que de los países desarrollados España es el que tiene mejor calidad de vida.

5.1.3. Estabilidad política.

En los últimos años el turismo en España se vio favorecido por turbulentos movimientos como la primavera árabe. Países con una destacable oferta turística reconocido mundialmente como Egipto y Túnez tuvieron un decremento en el número de turistas debido a estos acontecimientos.

5.1.4. Patrimonio artístico y cultural.

España puede presumir de ser uno de los países con mayor número de ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Eso se debe a la belleza de sus numerosos monumentos de valores artísticos y culturales universales. Además, España posee productos de gran reconocimiento mundial como el aceite de oliva y sus vinos.

Tabla 5.1. *Flujo de pasajeros en los aeropuertos españoles entre los años 04-07.*

AEROPUERTO	2004	AEROPUERTO	2005	AEROPUERTO	2006	AEROPUERTO	2007
MADRID-BARAJAS	38.718.614	MADRID-BARAJAS	42.146.784	MADRID-BARAJAS	42.146.784	MADRID-BARAJAS	52.110.787
BARCELONA	24.558.138	BARCELONA	27.152.745	BARCELONA	27.152.745	BARCELONA	32.898.249
PALMA DE MALLORCA	20.416.083	PALMA DE MALLORCA	21.240.736	PALMA DE MALLORCA	21.240.736	PALMA DE MALLORCA	23.228.879
MÁLAGA	12.046.277	MÁLAGA	12.669.019	MÁLAGA	12.669.019	MÁLAGA	13.590.803
GRAN CANARIA	9.467.494	GRAN CANARIA	9.827.157	GRAN CANARIA	9.827.157	GRAN CANARIA	10.354.903
TENERIFE SUR	8.632.178	ALICANTE	8.795.705	ALICANTE	8.795.705	ALICANTE	9.120.631
ALICANTE	8.571.144	TENERIFE SUR	8.631.923	TENERIFE SUR	8.631.923	TENERIFE SUR	8.639.341
LANZAROTE	5.517.136	LANZAROTE	5.467.499	LANZAROTE	5.626.087	VALENCIA	5.933.424
IBIZA	4.171.580	VALENCIA	4.639.314	VALENCIA	4.969.120	LANZAROTE	5.626.087
FUERTEVENTURA	3.917.109	IBIZA	4.164.703	IBIZA	4.460.143	GIRONA	4.848.604
BILBAO	3.395.773	FUERTEVENTURA	4.071.875	FUERTEVENTURA	4.458.711	IBIZA	4.765.625
TENERIFE NORTE	3.368.988	BILBAO	3.843.953	TENERIFE NORTE	4.025.601	FUERTEVENTURA	4.629.877
VALENCIA	3.111.951	TENERIFE NORTE	3.754.513	BILBAO	3.876.072	SEVILLA	4.507.264
GIRONA	2.962.988	GIRONA	3.533.564	SEVILLA	3.871.785	BILBAO	4.286.751
SEVILLA	2.678.595	SEVILLA	3.521.112	GIRONA	3.614.254	TENERIFE NORTE	4.125.131
MENORCA	2.631.334	MENORCA	2.590.733	MENORCA	2.690.992	MENORCA	2.776.458
SANTIAGO	1.580.675	SANTIAGO	1.843.118	SANTIAGO	1.994.519	SANTIAGO	2.050.172
REUS	1.138.009	MURCIA-SAN JAVIER	1.416.537	MURCIA-SAN JAVIER	1.646.129	MURCIA-SAN JAVIER	2.002.949
JEREZ DE LA FRONTERA	1.117.447	REUS	1.382.257	JEREZ DE LA FRONTERA	1.381.666	JEREZ DE LA FRONTERA	1.607.968
LA PALMA	1.015.667	JEREZ DE LA FRONTERA	1.297.134	REUS	1.380.267	ASTURIAS	1.560.830
ASTURIAS	943.992	ASTURIAS	1.251.495	ASTURIAS	1.353.030	GRANADA	1.467.625
VIGO	911.974	LA PALMA	1.145.569	VIGO	1.188.046	VIGO	1.405.968
MURCIA-SAN JAVIER	848.427	VIGO	1.108.720	LA PALMA	1.175.328	REUS	1.306.785
ALMERIA	830.930	ALMERIA	1.073.585	FGL GRANADA-JAEN	1.086.236	A CORUÑA	1.266.795
GRANADA	590.931	GRANADA	875.827	ALMERIA	1.055.545	LA PALMA	1.207.572
A CORUÑA	586.239	A CORUÑA	852.322	A CORUÑA	1.014.839	ALMERIA	1.206.634
VALLADOLID	442.218	SANTANDER	644.662	SANTANDER	649.447	SANTANDER	761.780
SANTANDER	342.559	VALLADOLID	444.520	VALLADOLID	457.793	VALLADOLID	512.928
PAMPLONA	321.418	ZARAGOZA	381.849	ZARAGOZA	435.881	ZARAGOZA	512.184
SAN SEBASTIAN	295.533	PAMPLONA	342.614	PAMPLONA	375.308	PAMPLONA	500.097
MELILLA	245.102	SAN SEBASTIAN	308.775	SAN SEBASTIAN	368.002	SAN SEBASTIAN	466.457
ZARAGOZA	215.213	MELILLA	271.589	MELILLA	313.543	MELILLA	339.244
EL HIERRO	144.498	EL HIERRO	157.981	VITORIA	173.605	EL HIERRO	184.843
VITORIA	95.094	VITORIA	91.594	EL HIERRO	171.444	VITORIA	173.878
BADAJOS	82.596	LEON	80.894	LEON	126.650	LEON	161.705
LEON	65.187	BADAJOS	72.966	BADAJOS	80.464	BADAJOS	91.585
LOGROÑO	38.385	LOGROÑO	39.150	LOGROÑO	55.469	SALAMANCA	65.216
LA GOMERA	30.774	LA GOMERA	34.496	LA GOMERA	38.852	LOGROÑO	56.371
MADRID-TORREJON	25.979	MADRID-TORREJON	28.197	MADRID-TORREJON	30.587	LA GOMERA	40.569
SALAMANCA	21.553	SALAMANCA	23.456	SALAMANCA	29.308	MADRID-TORREJON	38.304
CORDOBA	19.328	CORDOBA	20.604	CEUTA /HELIPUERTO	22.125	CEUTA /HELIPUERTO	23.852
CEUTA /HELIPUERTO	15.772	CEUTA /HELIPUERTO	20.233	CORDOBA	19.557	CORDOBA	22.410
ALBACETE	15.055	ALBACETE	15.992	ALBACETE	17.516	ALBACETE	19.881
MADRID-CUATRO VIENT	261	MADRID-CUATRO VIENT	270	MADRID-CUATRO VIENT	179	HUESCA-PIRINEOS	1.386
SABADELL	0	SABADELL	0	SABADELL	0	MADRID-CUATRO VIENT	465
SON BONET	0	SON BONET	0	SON BONET	0	SABADELL	0
TOTAL	166.146.198	TOTAL	181.277.741	TOTAL	193.553.178	SON BONET	0
						TOTAL	210.498.760

Fuente: Elaboración propia (Basado en AENA, 2017)

Continuación Tabla 5.1. Flujo de pasajeros en los aeropuertos españoles entre los años 08-11.

AEROPUERTO	2008	AEROPUERTO	2009	AEROPURTO	2010	AEROPUERTO	2011
MADRID-BARAJAS	50.846.494	MADRID-BARAJAS	48.437.147	MADRID-BARAJAS	49.866.113	MADRID-BARAJAS	49.671.270
BARCELONA	30.272.084	BARCELONA	27.421.682	BARCELONA	29.209.536	BARCELONA-EL PRAT	34.398.226
PALMA DE MALLORCA	22.832.857	PALMA DE	21.203.041	PALMA DE	21.117.417	PALMA DE	22.726.707
MALAGA	12.813.472	MALAGA	11.622.429	MALAGA	12.064.521	MALAGA-COSTA DEL	12.823.117
GRAN CANARIA	10.212.123	GRAN CANARIA	9.155.665	GRAN CANARIA	9.486.035	GRAN CANARIA	10.538.829
ALICANTE	9.578.304	ALICANTE	9.139.479	ALICANTE	9.382.931	ALICANTE	9.913.731
TENERIFE SUR	8.251.989	TENERIFE SUR	7.108.055	TENERIFE SUR	7.358.986	TENERIFE SUR	8.656.487
IBIZA	4.647.360	IBIZA	4.572.819	IBIZA	5.040.800	IBIZA	5.643.180
GIRONA	5.510.970	VALENCIA	4.748.997	LANZAROTE	4.938.343	LANZAROTE	5.543.744
LANZAROTE	5.438.178	LANZAROTE	4.701.669	VALENCIA	4.934.268	VALENCIA	4.979.511
GIRONA	5.510.970	GIRONA	5.286.970	GIRONA	4.863.954	SEVILLA	4.959.359
FUERTEVENTURA	4.492.003	TENERIFE NORTE	4.054.147	SEVILLA	4.224.718	FUERTEVENTURA	4.948.018
SEVILLA	4.392.148	SEVILLA	4.051.392	FUERTEVENTURA	4.173.590	TENERIFE NORTE	4.095.103
TENERIFE NORTE	4.236.615	FUERTEVENTURA	3.738.492	TENERIFE NORTE	4.051.356	BILBAO	4.046.172
BILBAO	4.172.903	BILBAO	3.654.957	BILBAO	3.888.955	GIRONA	3.007.977
MENORCA	2.605.932	MENORCA	2.433.666	MENORCA	2.511.629	MENORCA	2.576.200
SANTIAGO	1.917.466	SANTIAGO	1.944.068	SANTIAGO	2.172.869	SANTIAGO	2.464.330
MURCIA-SAN JAVIER	1.876.255	REUS	1.706.615	REUS	1.419.851	REUS	1.362.683
ASTURIAS	1.530.245	MURCIA-SAN JAVIER	1.630.684	ASTURIAS	1.355.364	ASTURIAS	1.339.010
FGL GRANADA-JAEN	1.422.014	ASTURIAS	1.316.212	MURCIA-SAN JAVIER	1.349.579	MURCIA-SAN JAVIER	1.262.597
JEREZ DE LA FRONTERA	1.303.817	FGL GRANADA-JAEN	1.187.813	A CORUÑA	1.101.208	SANTANDER	1.116.398
VIGO	1.278.762	VIGO	1.103.285	VIGO	1.093.576	LA PALMA	1.067.431
REUS	1.278.074	JEREZ DE LA	1.079.616	JEREZ DE LA	1.043.163	JEREZ DE LA	1.032.493
A CORUÑA	1.174.970	A CORUÑA	1.068.823	LA PALMA	992.363	A CORUÑA	1.012.800
LA PALMA	1.151.357	LA PALMA	1.043.274	FGL GRANADA-JAEN	978.254	VIGO	976.152
ALMERIA	1.024.303	SANTANDER	958.157	SANTANDER	919.871	FGL GRANADA-JAEN	872.752
SANTANDER	856.606	ALMERIA	791.837	ALMERIA	786.877	ALMERIA	780.853
ZARAGOZA	594.952	ZARAGOZA	528.313	ZARAGOZA	605.912	ZARAGOZA	751.097
VALLADOLID	479.689	VALLADOLID	365.720	VALLADOLID	392.689	VALLADOLID	462.504
PAMPLONA	434.477	PAMPLONA	335.612	MELILLA	292.608	MELILLA	286.701
SAN SEBASTIAN	403.191	SAN SEBASTIAN	315.294	PAMPLONA	291.553	SAN SEBASTIAN	248.050
MELILLA	314.643	MELILLA	293.695	SAN SEBASTIAN	286.077	PAMPLONA	238.511
EL HIERRO	195.425	EL HIERRO	183.891	EL HIERRO	170.968	EL HIERRO	170.225
LEON	123.183	LEON	95.189	LEON	93.373	LEON	85.725
BADAJOS	81.010	BADAJOS	75.351	BADAJOS	61.179	BADAJOS	56.981
VITORIA	67.818	SALAMANCA	53.088	SALAMANCA	43.179	CEUTA /HELIPUERTO	46.754
SALAMANCA	60.103	VITORIA	39.933	VITORIA	42.073	SALAMANCA	37.257
LOGROÑO	47.896	LOGROÑO	35.663	BURGOS	33.595	BURGOS	35.447
LA GOMERA	41.890	LA GOMERA	34.605	LA GOMERA	32.488	LA GOMERA	32.713
MADRID-TORREJON	36.561	MADRID-TORREJON	28.423	MADRID-TORREJON	30.096	VITORIA	28.211
CEUTA /HELIPUERTO	25.645	BURGOS	27.716	CEUTA /HELIPUERTO	29.817	MADRID-TORREJON	27.801
CORDOBA	22.230	CEUTA /HELIPUERTO	20.560	LOGROÑO	24.527	ALGECIRAS	25.318
ALBACETE	19.254	CORDOBA	15.474	ALBACETE	11.293	LOGROÑO	17.877
BURGOS	13.037	ALBACETE	15.127	ALGECIRAS	10.999	CORDOBA	8.442
HUESCA-PIRINEOS	3.982	HUESCA-PIRINEOS	6.228	CORDOBA	7.852	ALBACETE	8.415
MADRID-CUATRO VIENT	398	MADRID-CUATRO	229	HUESCA-PIRINEOS	5.906	HUESCA-PIRINEOS	2.781
SABADELL	0	SABADELL	0	MADRID-CUATRO	295	MADRID-CUATRO	431
SON BONET	0	SON BONET	0	SABADELL	0	SABADELL	0
TOTAL	203.862.028	Total	187.631.102	SON BONET	0	SON BONET	0
				Total	192.792.606	Total	204.386.371

Fuente: Elaboración propia (Basado en AENA, 2017)

Continuación Tabla 5.1. *Flujo de pasajeros en los aeropuertos españoles entre los años 12-16.*

	2012		2013		2014		2015		2016
MADRID-BARAJAS	45.190.528	ADOLFO SUÁREZ	39.735.618	ADOLFO SUÁREZ	41.833.686	ADOLFO SUÁREZ	46.824.838	ADOLFO SUÁREZ	50.420.583
BARCELONA-EL PRAT	35.144.503	BARCELONA-EL PRAT	35.216.828	BARCELONA-EL PRAT	37.558.981	BARCELONA-EL PRAT	39.711.237	BARCELONA-EL PRAT	44.154.693
PALMA DE	22.666.858	PALMA DE	22.768.032	PALMA DE	23.115.622	PALMA DE	23.745.023	PALMA DE	26.253.882
MÁLAGA-COSTA DEL	12.581.944	MÁLAGA-COSTA DEL	12.925.186	MÁLAGA-COSTA DEL	13.748.976	MÁLAGA-COSTA DEL	14.404.206	MÁLAGA-COSTA DEL	16.672.776
GRAN CANARIA	9.892.067	GRAN CANARIA	9.770.039	GRAN CANARIA	10.315.740	GRAN CANARIA	10.627.218	GRAN CANARIA	12.093.645
ALICANTE	8.855.444	ALICANTE-ELCHE	9.638.835	ALICANTE-ELCHE	10.066.067	ALICANTE-ELCHE	10.575.288	ALICANTE	12.344.945
TENERIFE SUR	8.530.729	TENERIFE SUR	8.701.728	TENERIFE SUR	9.176.235	TENERIFE SUR	9.117.514	TENERIFE-SUR	10.472.404
IBIZA	5.555.048	IBIZA	5.726.579	IBIZA	6.212.198	IBIZA	6.477.283	IBIZA	7.416.368
LANZAROTE	5.168.775	LANZAROTE	5.334.599	LANZAROTE	5.882.691	LANZAROTE	6.128.971	LANZAROTE	6.683.966
VALENCIA	4.752.020	VALENCIA	4.618.072	FUERTEVENTURA	4.764.646	VALENCIA	5.055.127	VALENCIA	5.799.104
FUERTEVENTURA	4.399.023	FUERTEVENTURA	4.258.069	VALENCIA	4.597.095	FUERTEVENTURA	5.027.415	FUERTEVENTURA	5.676.817
SEVILLA	4.292.020	BILBAO	3.800.774	BILBAO	4.015.350	SEVILLA	4.308.845	SEVILLA	4.624.038
BILBAO	4.171.065	SEVILLA	3.687.714	SEVILLA	3.885.434	BILBAO	4.277.725	BILBAO	4.588.265
TENERIFE NORTE	3.717.944	TENERIFE NORTE	3.524.470	TENERIFE NORTE	3.633.030	TENERIFE NORTE	3.815.316	TENERIFE-NORTE	4.219.191
GIRONA	2.844.571	GIRONA	2.736.867	MENORCA	2.632.616	MENORCA	2.867.521	MENORCA	3.178.612
MENORCA	2.545.942	MENORCA	2.565.462	GIRONA	2.160.745	SANTIAGO	2.296.409	SANTIAGO	2.510.740
SANTIAGO	2.194.611	SANTIAGO	2.073.147	SANTIAGO	2.084.203	GIRONA	1.775.326	GIRONA	1.664.763
ASTURIAS	1.309.770	MURCIA-SAN JAVIER	1.140.813	MURCIA-SAN JAVIER	1.095.471	ASTURIAS	1.119.273	ASTURIAS	1.281.979
MURCIA-SAN JAVIER	1.181.782	ASTURIAS	1.039.406	ASTURIAS	1.065.176	MURCIA-SAN JAVIER	1.067.668	LA PALMA	1.116.146
SANTANDER	1.117.630	SANTANDER	974.043	A CORUÑA	989.153	A CORUÑA	1.025.688	MURCIA-SAN JAVIER	1.096.980
LA PALMA	965.779	REUS	971.020	LA PALMA	862.836	LA PALMA	971.676	A CORUÑA	1.063.291
REUS	937.341	A CORUÑA	839.837	REUS	850.492	SEVE BALLESTEROS-	875.920	VIGO	954.006
JEREZ DE LA	913.394	JEREZ DE LA	811.457	SEVE BALLESTEROS-	815.636	JEREZ DE LA	823.160	ALMERIA	919.808
A CORUÑA	845.451	LA PALMA	809.521	JEREZ DE LA	758.309	VIGO	713.567	JEREZ DE LA	916.451
VIGO	828.725	ALMERIA	705.514	ALMERIA	745.226	FGL GRANADA-JAEN	707.270	REUS	817.611
ALMERIA	749.720	VIGO	678.720	VIGO	680.387	REUS	705.038	SEVE BALLESTEROS-	778.318
FGL GRANADA-JAEN	728.428	FGL GRANADA-JAEN	638.288	FGL GRANADA-JAEN	650.542	ALMERIA	691.240	FGL GRANADA-JAEN	753.142
ZARAGOZA	551.406	ZARAGOZA	457.595	ZARAGOZA	418.580	ZARAGOZA	423.873	ZARAGOZA	419.529
VALLADOLID	378.418	MELILLA	289.551	MELILLA	319.529	MELILLA	317.806	MELILLA	330.116
MELILLA	315.850	VALLADOLID	260.285	SAN SEBASTIAN	245.422	SAN SEBASTIAN	255.077	SAN SEBASTIAN	264.422
SAN SEBASTIAN	262.783	SAN SEBASTIAN	245.003	VALLADOLID	223.583	VALLADOLID	218.416	VALLADOLID	231.868
PAMPLONA	190.329	PAMPLONA	159.090	EL HIERRO	148.978	PAMPLONA	148.561	EL HIERRO	156.439
EL HIERRO	152.726	EL HIERRO	139.153	PAMPLONA	138.312	EL HIERRO	146.789	PAMPLONA	153.476
BADAJOS	65.642	LEON	30.890	BADAJOS	39.600	LEON	38.707	LA GOMERA	38.042
LEON	51.061	BADAJOS	29.112	LA GOMERA	28.925	LA GOMERA	34.954	VITORIA	36.716
MADRID-TORREJON	28.092	LA GOMERA	24.446	LEON	23.133	SALAMANCA	23.052	LEON	36.554
VITORIA	24.389	BURGOS	18.905	BURGOS	21.623	BADAJOS	22.370	BADAJOS	32.963
SALAMANCA	22.718	SALAMANCA	15.830	SALAMANCA	18.349	LOGROÑO	14.981	LOGROÑO	17.374
BURGOS	21.057	LOGROÑO	10.598	LOGROÑO	12.237	VITORIA	11.182	SALAMANCA	15.526
LA GOMERA	19.707	CORDOBA	6.956	VITORIA	7.073	BURGOS	9.080	CORDOBA	7.397
LOGROÑO	19.263	VITORIA	6.912	CORDOBA	6.598	CORDOBA	7.357	BURGOS	4.682
CEUTA /HELIPUERTO	18.296	CEUTA /HELIPUERTO	5.683	CEUTA /HELIPUERTO	4.323	SABADELL	3.981	SABADELL	4.414
CORDOBA	9.844	SON BONET	3.139	SABADELL	2.686	SON BONET	3.538	SON BONET	2.278
ALGECIRAS	8.900	SABADELL	2.993	SON BONET	2.650	MADRID-CUATRO	2.854	MADRID-CUATRO	2.041
ALBACETE	3.916	ALGECIRAS	2.938	MADRID-CUATRO	2.228	ALBACETE	1.353	CEUTA-HELIPUERTO	1.654
MADRID-CUATRO	2.207	MADRID-TORREJON	1.970	ALGECIRAS	1.554	CEUTA /HELIPUERTO	1.096	ALBACETE	1.277
HUESCA-PIRINEOS	1.313	MADRID-CUATRO	1.958	ALBACETE	1.411	HUESCA-PIRINEOS	242	ALGECIRAS-	136
SON BONET	1.068	ALBACETE	1.211	HUESCA-PIRINEOS	262	ALGECIRAS	15	HUESCA-PIRINEOS	95
SABADELL	602	HUESCA-PIRINEOS	273	Total	195.863.599	Total	207.421.046	TOTAL	230.229.523
Total	194.230.699	Total	187.405.129						

Fuente: Elaboración propia (Basado en AENA, 2017)

Un análisis comparativo nos permite identificar similitudes entre los aeropuertos que más turistas reciben entre ellos la ubicación geográfica. Los aeropuertos que más llegadas reciben son los que están en las costas españolas. España tradicionalmente ha sido un destino de sol y playa por sus singulares características climáticas y este factor afecta positivamente en el desarrollo de la economía de las zonas costeras. De hecho, las provincias más pobladas de España están en las costas, esto está justificado por la cantidad de puestos de trabajo y flujo de ingresos que genera el turismo.

Como se ha mencionado anteriormente España es un país turístico por excelencia, y sus aeropuertos se sitúan en los primeros puestos en números de pasajeros. Según estudios realizados por (Hosteltur, 2017) en el período, se han registrado cambios en el Top cinco de hubs de Europa y cuatro aeropuertos españoles se situaron entre los de mayores incrementos en sus respectivas categorías. También señala (Hosteltur, 2017) que la hiperactividad de las low cost ha impulsado el mercado, convirtiéndose en un motor clave del crecimiento del tráfico de pasajeros en la Unión Europea.

Por su parte Hosteltur, (2017) también considera que la importante caída de la demanda de ocio en los aeropuertos turcos contribuyó al rendimiento del mercado de la UE al transferirse a los aeropuertos de España, Croacia, Chipre, Bulgaria, Grecia, Portugal y Rumania. Esto ayudó a la mayoría de estos mercados a alcanzar un crecimiento de dos dígitos, junto con Hungría, Irlanda, Lituania, Luxemburgo y Polonia.

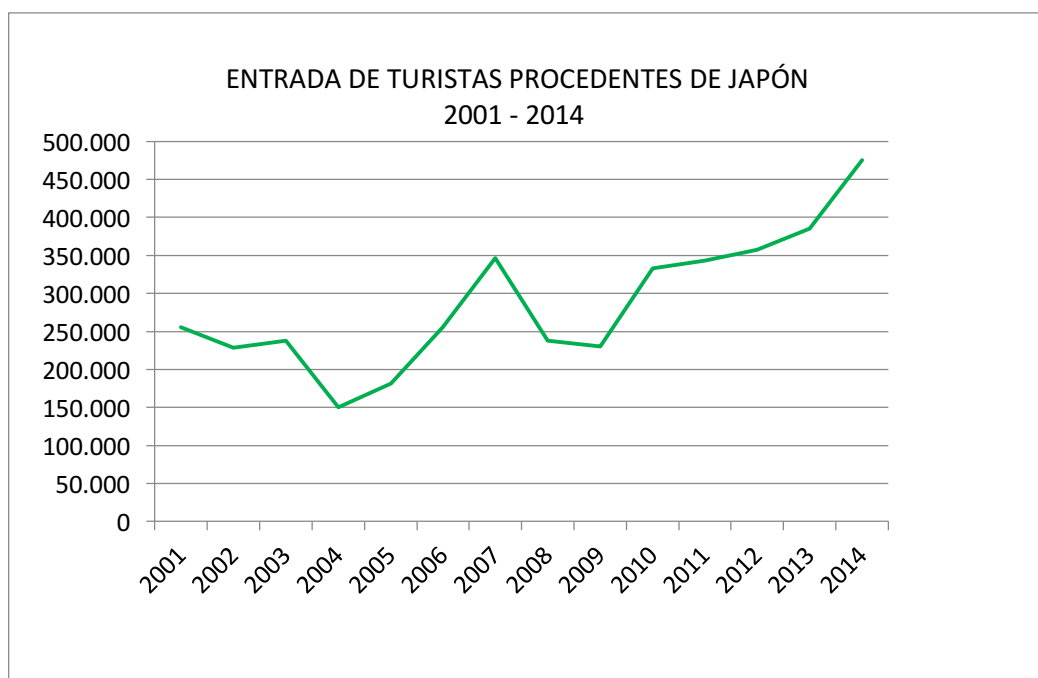
De la información recogida en la tabla se puede deducir que los aeropuertos españoles de sol y playa son destinos consolidados y seguros para futuras inversiones. La buena condición climática de España y la cercanía con los países nórdicos y británicos convierte al país en un destino atractivo para turistas e inversores. Como se ha visto en tabla 5.1 en los doce años analizados se puede observar un crecimiento sostenido de la demanda, eso justifica la restructuración del espacio aéreo de destinos como Málaga que recibió según (AENA, 2017a) más de dieciséis millones de turistas.

5.2. Segmentos turísticos importantes.

5.2.1. Japón.

En este epígrafe se analiza la importancia del mercado japonés para España. Aunque el segmento japonés es muy sensible a factores externos como seguridad, crisis y catástrofes naturales podemos apreciar en la gráfica que se muestra a continuación que a lo largo de los años ha mantenido un crecimiento constante en el número de llegadas a España.

Gráfico 5.1. Entradas de turistas procedentes de Japón 2001-2014.

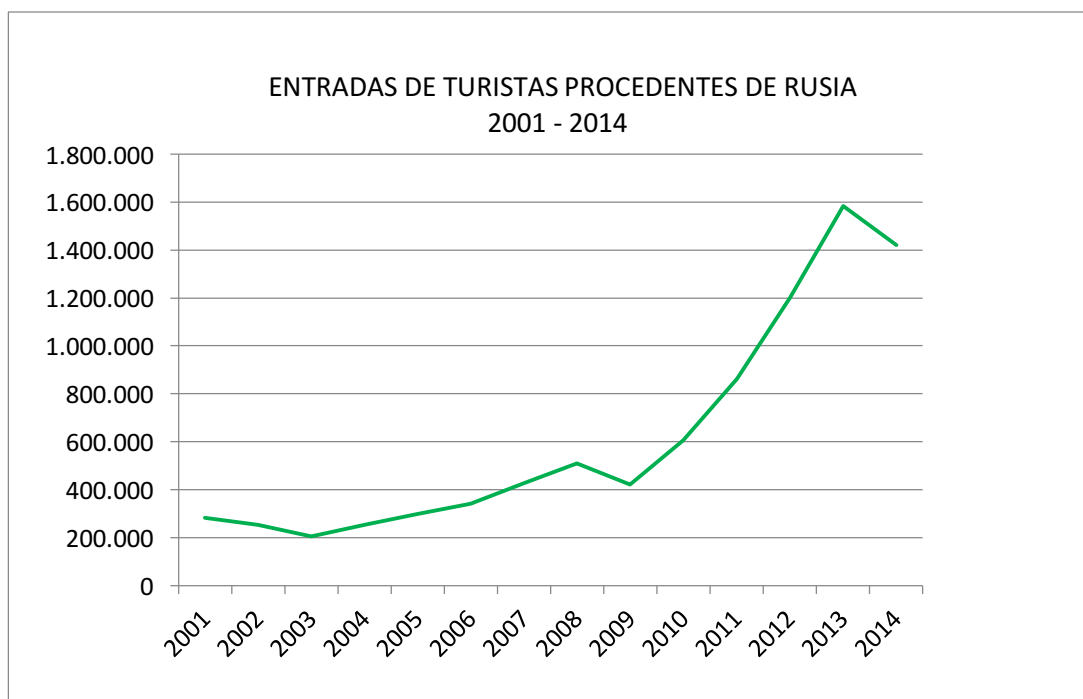


Fuente: Elaboración propia (Basado en IET, 2017)

El turista japonés es en la actualidad un segmento potencial y atractivo para las divisiones comerciales del retail debido a su alto poder adquisitivo, sus lujosos hábitos de consumo durante el viaje y porque no viaja solamente en verano. Además, según EGATUR (2017) es uno de los países con mayor gasto medio por persona.

5.2.2. Rusia.

Gráfico 5.2. *Llegadas de turistas procedentes de Rusia.*



Fuente: Elaboración propia (Basado en IET, 2017)

El turista ruso actualmente es un segmento muy importante para la economía española, y no está solamente ligado al turismo, sino que también a la inversión y al aumento de la compra de inmuebles. Tienen un elevado poder adquisitivo con una capacidad de gasto muy alta y se configura como uno de los mercados que más crecen en España. El número de visitantes rusos que pasan por las terminales de los aeropuertos españoles ha subido considerablemente desde 2001 tal como afirma IET, (2017). Incluso en el momento de la crisis económica de 2008 que afectó a toda Europa el turismo ruso no ha dejado de incrementarse, como se puede apreciar en la gráfica 5.2. Los motivos principales de la visita de los rusos a España siguen siendo el sol y playa y el turismo de lujo.

Capítulo 6. Propuesta de Franquicias para los aeropuertos.

En este apartado se ha realizado una serie de propuestas para los aeropuertos españoles, y los criterios de elección de las franquicias han sido el éxito en el mercado actual, la innovación, cultura gastronómica de los viajeros y excelencia en los productos.

6.1. Franquicias propuestas.

6.1.1. Franquicia BEHER.

Tabla 6.1. Datos de la empresa BEHER.

Nombre	Bernardo Hernández, S.L.
País	España
Provincia	Salamanca
Dirección	C/ oriente, 11.
Código Postal	3770
Persona de Contacto	Ángel Valiente
Marca	BEHER
Sector	Alimentación
Actividad	Hostelería - Restauración
Duración del contrato	5 años
Canon de entrada	Información no disponible
Royalty	Información no disponible

Fuente: Elaboración propia (Basado en Quefranquicia, 2017)

BEHER es una de las empresas de jamones española más premiada a nivel internacional según afirma la marca en su página web oficial. Fundada en los años treinta en Castilla La Mancha y se destacó en el mercado por la excelencia en sus productos embutidos y su Jamón Ibérico de Bellota y Paleta Ibérica de Bellota y ahora tiene presencia en más de cuarenta países. En la actualidad BEHER gestiona todo el proceso productivo de sus productos, desde la cría del cerdo hasta el producto final cortado para el consumidor, obteniendo un producto homogéneo y de calidad.

6.1.2. Franquicia Cervecerías 100 Montaditos.

Tabla 6.2. Datos de la empresa 100 Montaditos.

Nombre	Cervecería 100 Montaditos
País	España
Provincia	Madrid
Dirección	Avenida Europa, 19.
Código Postal	28224
Persona de Contacto	Departamento de expansión
Marca	100 Montaditos
Sector	Alimentación
Actividad	Hostelería - Restauración
Duración del contrato	10 años
Canon de entrada	37.000 euros + IVA
Royalty	7% de facturación mensual

Fuente: Elaboración propia (Basado en Franquicia.net, 2017)

La empresa 100 Montaditos es una empresa puramente andaluza que fue creada en la provincia de Huelva en el año 2000 y hoy es parte del grupo Restalia. Según información recogida en su página web la empresa tiene cerca de cuatrocientos restaurantes operativos en España y casi cien fuera. La marca sostiene que el éxito está en el producto final que es un producto con los mejores ingredientes de la gastronomía española y también la variedad de sus bocadillos horneados en el momento que abarcan todos los segmentos desde los menores hasta los mayores. La elección de la empresa 100 Montaditos ha sido en base a que se trata de una empresa que representa la gastronomía local, la cultura de los españoles y eso se convierte en un atractivo para las culturas foráneas.

6.1.3. Franquicia PadThaiWok.

Tabla 6.3. Datos de la empresa.

Nombre	PadThaiwok
País	España
Provincia	Málaga
Dirección	C/ Jacinto Benavente, 9.
Código Postal	29640
Persona de Contacto	Juan José de Rubiano
Marca	PadThaiwok
Sector	Alimentación
Actividad	Hostelería - Restauración
Duración del contrato	10 años
Canon de entrada	40.000 euros
Royalty	3%

Fuente: Elaboración propia (Basado en Franquicia.net,2007)

PadThaiWok es una empresa que se creó a finales del 2009 en la provincia de Málaga en el municipio de Fuengirola, y trabaja con el concepto de comida tailandesa fresca y sana tal como se afirma en su página web. El restaurante ha pasado de ser un pequeño establecimiento a una cadena en expansión que ya tiene presencia en siete ciudades incluyendo la capital de España Madrid. Son platos que respetan la esencia de la gastronomía tailandesa, pero con un toque occidental en los sabores. En la carta se puede apreciar currys de diferentes clases, sopas, ensaladas, entrantes, noodles y arroz. Disponen de una variedad de opciones para veganos y celíacos y menú infantil. Se puede combinar los cinco tipos diferentes de curry con pollo, ternera, gambas, verduras, al gusto del consumidor.

6.1.4. Franquicia GINOS.

Tabla 6.4. *Datos de la empresa.*

Nombre	GiNOS
País	España
Provincia	Madrid
Dirección	C/ Pedro de Valdivia, 21. Madrid.
Código Postal	28006
Persona de Contacto	Información no disponible
Marca	Ginos
Sector	Alimentación
Actividad	Hostelería - Restauración
Duración del contrato	15 años
Canon de entrada	30.000 euros
Royalty	2% de facturación mensual

Fuente: Elaboración propia (Basado en Franquicia. net, 2017)

Los restaurantes GINOS son un referente en comida italiana, actualmente pertenece al grupo VIPS y gozan de más de treinta años de experiencia en el mercado. Esto le ha dado una sólida reputación en el sector de la restauración. La enseña sostiene que su éxito consiste en la innovación de sus platos, la experiencia que ofrece a sus clientes y la relación calidad precio de sus productos. Los restaurantes están pensados para todo tipo de público con variedades de pastas y pizzas y opciones para alérgenos e intolerantes. Los platos son elaborados en el momento de manera artesanal y utilizando los mejores ingredientes italianos.

6.1.5. Franquicia Burger Joint.

Tabla 6.5. Datos de la empresa.

Nombre	Burger Joint
País	Estados Unidos
Provincia	Nueva York
Dirección	119 west 56th Street
Código Postal	10019
Persona de Contacto	Información no disponible
Marca	Burger Joint
Sector	Alimentación
Actividad	Hostelería - Restauración
Duración del contrato	Información no disponible
Canon de entrada	40.000 dólares
Royalty	5.5% de facturación mensual

Fuente: Elaboración propia (Basado en Thefranchisemall.com, 2017)

Burger Joint es una hamburguesería neoyorquina que ha tenido éxito en el mercado internacional por la calidad de su jugosa hamburguesa y el estilo particular de sus locales. La empresa cuenta actualmente con apenas cuatro locales situados en grandes centros económicos como Nueva York, Sao Paulo, Dubái y Seúl. La carta es limitada solamente hay hamburguesas con o sin queso y sus complementos como por ejemplo cebolla, tomate, pepinillo y patatas fritas. Sin embargo, la hamburguesa está considerada por muchos visitantes como la mejor de Nueva York. El diseño del interior del local es espectacular y cuenta con unas paredes completamente pintadas con grafitis, frases, firmas y decoradas además con carteles de grupos famosos de Nueva York.

Conclusiones.

Sobre la base de los resultados del presente trabajo se pueden extraer una serie de conclusiones. En este sentido desde una perspectiva económica la investigación realizada nos permite visualizar que los ingresos comerciales aeroportuarios han incrementado su peso en los ingresos totales de los aeropuertos en los últimos años. Y este fenómeno ha sido posible gracias a la mejora del transporte aéreo, que ha mostrado un crecimiento sostenido en las últimas décadas.

Los factores mencionados anteriormente han sido decisivos no solamente para la reestructuración y mejora de los espacios aéreos, sino que también de las zonas costeras españolas que son consideradas turísticas por excelencia. En este sentido el presente análisis refleja la importancia económica del modelo de franquicias para sus inversores y también socioeconómica para la economía global.

Mediante esta investigación se ha podido observar que acerca de la norma jurídica, no hay una normativa específica que regule el sistema de franquicias. El contrato que se establece entre franquiciado y franquiciador como hemos podido ver anteriormente tiene las mismas características de todos los contratos mercantiles. Sin embargo, para la regulación del mismo se debe acudir a normas supletorias para cubrir ese vacío normativo.

Cabe destacar que tras el estudio realizado se ha podido comprobar que los aeropuertos que más pasajeros circulan por sus terminales, son los que obtienen mayores ingresos comerciales. Y asociado a eso, el tiempo de espera también contribuye de manera notoria para el consumo en las zonas aéreas. Por lo tanto, se concluye que hay una relación positiva entre el número de pasajeros, tiempo de espera y el aumento de los ingresos comerciales.

El presente estudio da a conocer los aeropuertos que más ingresos comerciales obtiene de sus divisiones comerciales. Se observa que la salvo Madrid y Sevilla los aeropuertos que más ingresos tienen son los de destinos que se localizan en las costas mediterráneas. Eso demuestra que los turistas que visitan España por motivo de ocio gastan más que los turistas de negocio. Por lo tanto, la información anterior confirma que el segmento sol y playa es el producto estrella de la economía española.

Se ha podido apreciar en la tabla 5.1 que el número de turistas que acuden a España se incrementó incluso en el momento de la fuerte crisis económica que afectó a toda Europa en el año de 2008. Por ello, el turismo se configura como uno de los motores de la economía española que, genera empleo, riqueza, fomenta la innovación tecnológica y promueve la relación intercultural.

Los aeropuertos españoles están entre los aeropuertos europeos que más turistas reciben. España se ve favorecida de forma indirecta por factores exógenos, como por ejemplo los conflictos ideológicos entre los países árabes, que son competidores directos de los destinos españoles. El elevado precio de los billetes aéreos y la lejanía a los destinos caribeños también genera efectos positivos en el turismo español y, consecuentemente, en los ingresos comerciales aeroportuarios.

Cabe señalar que en esta investigación se podría haber mencionado más temas importantes y actuales tales como los segmentos del mercado de los alérgenos e intolerantes, o halal que es un mercado potencialmente atractivo en España por la cercanía con los países árabes. Pero, por motivos de dimensión de este trabajo dichos temas se quedarán para posibles líneas futuras de investigación.

Bibliografía

Libros.

- Aldave, M.** (2005). *Franquicias*. México: UNAM, Facultad de Contaduría y Administración.
- Bayón, F. Martín, I.** (2010). *Operaciones y procesos de producción en el sector turístico*. 1st ed. Madrid: Síntesis, pp.33-47.
- Bermúdez, G.J.** (2002). *La franquicia: elementos, relaciones y estrategias*. ESIC, Madrid.
- Echebarría, J.** (1995). *El contrato de franquicia* (1st ed., pp. 3-97). Madrid: McGraw-Hill, Interamericana de España.
- Gallo, J.** (2014). *El Contrato de Franquicia en la doctrina y jurisprudencia*. Revista Foro Jurídico, 13(2014), Página Nº 50., (13), página Nº 50.
- Martín, I.** (2009). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. 4th ed. Madrid: Pirámide, pp.364-365.
- Martín, J. Ruiz, J.** (2009). *El Contrato de master franquicia*. 1st ed. Cizur Menor (Navarra): Aranzadi Thomson Reuters, pp.135-169.
- Martín, I.** (2009). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. 1st ed. Madrid: Pirámide, pp.357-396.
- Morejón, A.** (2017). *El Contrato de Franquicia*. 1st ed. Madrid, pp.1-2.
- Ruiz, C.** (2008). *El contrato de franquicia y sus límites jurídicos* (1st ed., pp. 95-149, 213-259). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Ruiz, J.** (2001). *Código de la franquicia*. 1st ed. Barcelona: CissPraxis, pp.31-34.

Ruiz, J. Moreno, M. (2011). *Introducción al derecho turístico*. 1st ed. Madrid: Tecnos, pp.59-69.

Páginas web

Aena.es. (2017). *Aena.es*. Recuperado de http://www.aena.es/csee/Satellite?Language=ES_ES&c=Page&cid=1113582476721&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas&periodoInforme=Anual

Asociación Española de Franquiciadores. (2017). *La Franquicia en España - Asociación Española de Franquiciadores*. Recuperado de <http://www.franquiciadores.com/la-franquicia-espana/>

Barcelona, S. (2017). *España recibe 32,8 millones de turistas extranjeros hasta junio y apunta al record*. Recuperado de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/incremento-acumulado-llegadas-semester-del-117-con-los-britanicos-primer-lugar-5296675>

Bernardo Hernández. (2017). *Jamón Ibérico en Guijuelo - BEHER - Bernardo Hernández*. Recuperado de <https://beher.com>

Contrato de franquicia. (2017). *Guiasjuridicas.wolterskluwer.es*. Recuperado 12 febrero 2017, de http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUMjA0tDtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAiTYq0TUAAAA=WKE

Camiroaga, D. (2017). *Chefs Michelin proponen una gastronomía de altura en el aeropuerto de Madrid*. Recuperado de http://www.vanitatis.elconfidencial.com/gastronomia/2015-04-20/chefs-michelin-proponen-una-gastronomia-de-altura-en-el-aeropuerto-de-madrid_762610/

Diez Pisonero, R. (2016). *Los aeropuertos de la globalización*. Dialnet Unirioja.

Recuperado 13 febrero 2017, de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5756995>

El Contrato De Franquicia - Libro Gratis. (2017). *Eumed.net*. Recuperado 12 febrero

2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/478/index.htm>

BBVA con tu empresa. (2017). *Bbvacontuempresa.es*. Recuperado 12 febrero 2017,

de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/el-contrato-franquicia-que-es-y-funciona>

El País. (2017). *Aena dispara su beneficio en 2016 hasta 1.164 millones, el 39,7% más*.

Recuperado de

http://economia.elpais.com/economia/2017/02/21/actualidad/1487711300_819153.html

Fraquicia.net. (2017). *Franquicias de Hostelería y Restauración*. Recuperado de:

<http://www.franquicia.net/franquicias-de-hosteleria-y-restauracion/Page-8>

Fraquicia.net. (2017). *Franquicia 100 Montaditos, franquicia cervecerías*. Recuperado

de: <http://www.franquicia.net/cervecerias-100-montaditos/view-details>

Gac3000.com. (2017). *Gastro Hub | Gac3000*. Recuperado de:

<http://www.gac3000.com/es/gastro-hub>

Hosteltur: Toda la información de turismo. (2017). *Cuatro aeropuertos españoles entre los europeos de mayor crecimiento | Transportes*. Recuperado de:

https://www.hosteltur.com/120586_cuatro-aeropuertos-espanoles-europeos-mayor-crecimiento.html

Informe de marcas líderes en franquicia | Tormo Franquicias. (2017). *Tormo*

Franquicias. Recuperado 24 marzo 2017, de

<http://tormofranquicias.es/informe-marcas-lideres-en-franquicia/>

Interempresas. (2017). *El presente y el futuro de la alimentación*. Recuperado de:
<http://www.interempresas.net/Alimentaria/Articulos/130501-La-alimentacion-de-moda.html>

La Franquicia en España - Asociación Española de Franquiciadores.
(2017). *Asociación Española de Franquiciadores*. Recuperado de
<http://www.franquiciadores.com/la-franquicia-espana/>

100 montaditos España. (2017). *100 montaditos - 100 Montaditos España*.
Recuperado de: <http://spain.100montaditos.com/quienes-somos/>

Murcia - La Verdad. (2017). *Crece el sector de la alimentación adaptado a alergias e intolerancias*. Recuperado de: <http://www.laverdad.es/nuestra-economia/201705/18/crece-sector-alimentacion-adaptado-20170518012710-v.html>

Padthaiwok.com. (2017). *Padthaiwok - Thai Noodles Bar - Take Away - Padthaiwok*.
Recuperado de: <http://www.padthaiwok.com>

Quefranquicia.com. (2017). *Franquicias BEHER: precio y requisitos de inversión sobre cómo montar una franquicia BEHER - QuéFranquicia.com*. Recuperado de http://www.quefranquicia.com/franquicias/alimentacion/beher_4200.html

Thefranchisemall.com. (2017). *The Burger Joint Franchise Costs & Fees*. Recuperado de: http://thefranchisemall.com/franchises/details/14046-0-the_burger_joint.htm